



CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Los ejecutivos han encontrado oportunidades en los mercados internacionales como el crecimiento y sobrevivencia al impacto de la competencia. La globalización es el mayor nivel de integración multinacional que más que una realidad actual, es una tendencia que por un lado es impulsada por factores económicos, culturales, y por otro es ejercida a través de la formación de bloques multilaterales y convenios bilaterales.

En la Unión Europea con el fin de crear una balanza entre el comprador y el vendedor han surgido organizaciones de comercio justo para luchar contra la pobreza de los países, apoyándose en la concepción “comercio no ayuda” buscan luchar contra la pobreza a través del comercio justo, las presiones políticas y la educación, establecen relaciones comerciales con productores desfavorecidos con organizaciones y empresas que contribuyen a mejorar la posición de los pobres. De esta manera se da a los que cultivan o transforman los productos la oportunidad de mejorar su situación a nivel estructural. Si bien su principal preocupación es la situación económica del productor, las organizaciones de comercio justo dan también mucha importancia al desarrollo social, a la promoción de las mujeres y a la protección del medio ambiente.

La creciente rivalidad existente en los mercados genera mayores necesidades de conocimiento y preparación para las empresas en México. La competencia en el sector



agrícola a través del tiempo se esta convirtiendo en un inconveniente para los productores a nivel nacional.

En el caso del plátano existen algunos factores que afectan el no tener un buen mercado para el producto; en México existen algunas empresas que controlan el precio del plátano, esto ocurre por que estas compañías cuentan con grandes extensiones de tierra y esto a la vez los convierte en licitadores del precio del producto a nivel nacional; por otra parte en verano por cuestiones climatológicas, hay demasiada producción, esto ocasiona que se sature el mercado local y por consiguiente el que no exista un mercado para el total de esta producción. Además de que al haber exceso de oferta el precio se encuentre a un nivel muy bajo. Asimismo en el invierno por efectos del medio ambiente existe poca producción, al haber poca producción, sube el precio del producto, motivo por el cual quizá el consumidor opta por comprar otras frutas de temporada ya que estas tienen un precio mas accesible además de que al ser de temporada también tienen un mejor sabor.

Por estas causas es que actualmente las empresas del sector agrícola no ha obtenido un crecimiento adecuado de ventas por falta de mercados que brinden un precio justo por el producto.



1.2 OBJETIVO GENERAL

Elaborar un Plan de Negocios de Exportación, que sirva para determinar si la introducción del plátano variedad enano gigante al mercado del estado de Texas en los Estados Unidos es viable y constituye una buena inversión de recursos.

1.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- a) Describir el negocio identificando sus fortalezas y debilidades, así como las oportunidades y amenazas que enfrenta en el entorno.

- b) Seleccionar el mercado de exportación que represente las mejores perspectivas de venta.

- c) Detectar los principales riesgos críticos internos y externos a los que se podría enfrentar la empresa en su intención de exportar.

- d) Elaborar las proyecciones financieras que sirvan para determinar la viabilidad del negocio.

- e) Identificar los distribuidores potenciales para el producto.



1.4 JUSTIFICACIÓN

Muchas corporaciones en su interés en incursionar a los mercados internacionales han optado en elaborar planes de negocios de exportación, la empresa Potingo desea hacerlo ya que se considera que la exportación le ayudaría a diversificar los riesgos de pertenecer a un solo mercado, incrementando sus ventas y utilidades.

Un plan de negocios de exportación sería útil para analizar oportunidades internacionales, y evaluar la posibilidad de transferir con éxito el producto doméstico de Potingo S.A. de C.V., hacia el mercado internacional, comenzando por seleccionar el mercado meta en el extranjero para determinar los recursos necesarios para exportar el producto hacia ese mercado o, en caso necesario, establecer operaciones en el mismo.

El plan de negocios de exportación sirve como una guía operativa para el manejo de la parte internacional de la empresa, ya que para manejar la operación internacional de un negocio con eficiencia los directivos deben tomar decisiones con respecto a las distintas áreas de la empresa, las cuales deberían funcionar en forma armónica unas con otras.

1.5 ALCANCES

- El plan de negocios de exportación se realizará sobre una empresa del sector agrícola denominada Potingo, S.A. de C.V. la cual se encuentra ubicada en San Rafael, Veracruz, México.



- El mercado de estudio será el estado de Texas en Estados Unidos.
- Los resultados obtenidos se le proporcionarán a la empresa.

1.6 LIMITACIONES

- Esta investigación no abarcara otra empresa que no sea Potingo, S.A. de C.V.
- Únicamente se realizara el estudio de exportación para el plátano variedad enano gigante, conocido comúnmente como plátano Tabasco.
- La investigación solo es valida en el período en que se esta realizando, por las condiciones cambiantes del mercado.
- Solo se analizará el Estado de Texas en Estados Unidos.
- La implementación y control será decisión de la empresa.



1.7 ORGANIZACIÓN DEL INFORME

La presente investigación consta de seis capítulos que se detallan a continuación:

Capítulo 1. Propósito del proyecto.

En el primer capítulo se presenta una panorámica general de lo que será el planteamiento del problema de investigación, objetivo general, los objetivos específicos, se establece la justificación del estudio, así como sus alcances y limitaciones. Por último en esta sección se explica en que consiste cada uno de los capítulos que contiene la investigación.

Capítulo 2. Marco Teórico.

En este capítulo se revisarán los conceptos básicos del tema para desarrollar el marco teórico, el cual ayudará a tener una idea general de los diferentes planes de negocios de exportación; así como también definiciones básicas del mismo y sus propósitos. Además contendrá otras definiciones relacionadas con el tema de exportación.

Capítulo 3. Metodología.

Se explica la metodología utilizada para la obtención de la información necesaria para la realización del estudio, para que de esta manera el lector obtenga una idea clara de cómo se obtuvieron los datos y se llegó a los resultados.



Capítulo 4. Resultados Obtenidos.

En este capítulo se muestran los resultados obtenidos en la investigación, que posteriormente se utilizarán como base para el desarrollo del plan de exportación, presentando una breve interpretación de los mismos.

Capítulo 5. Desarrollo del plan de exportación.

Se desarrolla las estrategias del plan de exportación para la empresa agrícola Potingo, S.A. de C.V.

Capítulo 6. Conclusiones y Recomendaciones.

De acuerdo a los resultados obtenidos, se muestran las conclusiones y recomendaciones para que la empresa tome la decisión final.